

Ⅶ. 地 域 生 活

1. 購売行動と情報行動

この節では、調査項目の問6、問16および問20の集計結果について触れるが、それに先立って念頭に置く必要のある幾つかの事柄について述べておきたい。

言うまでもなく、今回の調査は基本的には地域社会学的研究を志向しているから、それに固有の対象に関わる項目が多くなっているが、他の領域で扱われることの多い対象に関わる項目も少なからず含まれている。ここで扱うことになる上記の項目も、どちらかといえば後者に属するものであり、行動科学的用語を使えば、購買行動（問6）および情報行動（問16、問20）の領域に属するものと見なすことが出来るであろう。

ところで、人々の日常生活における多様な行動は、本来その主体によって統合され、相互に関連しているはずのものであるから、この種の調査では、その対象にアプローチし、あるいは、それを捉える調査項目の意味や相互連関を明確にするため、何らかの発見的ないし索出的概念枠組あるいはモデルの構築が必要とされる。しかし、この調査プロジェクトでは、その意味の概念枠組ないしモデルは提示されていないので、上記の項目が捉えようとしている対象のみならず、それらが更に広範な購買行動や情報行動と呼ばれる領域で占める位置、あるいは、購買行動と情報行動との関連について、それに基いた何らかの想定をなすことは出来ない。しかし、それでは余りにも不明確であり不都合もあるので、この節のみの範囲で暫定的にはあるが、ここで扱う項目を多少とも明確にする意味で、購買行動および情報行動についてその輪郭を示しておきたい。

紙幅に余裕がないので詳述することは出来ないが、ここでは、消費行動に関する〈生活体系アプローチ〉を提起している井関の見解に従っ

て検討してみることにする¹⁾。

井関によれば、生活体系の形成、維持、発展のためには、それを担う主体による特定の組合せの財とサービス、情報の選択、確保、使用、処理が前提となる、という。そうであれば、この文脈のもとで先ず、購買行動は財とサービスの選択に関わり、情報行動は情報の選択に関わるものと考えることができる。ただし、後者はトートロジカルであるから、後に敷衍して述べることにする。前者は、消費行動の一部に位置づけられるのが普通であるが、井関の場合もそれは消費行動のサブ・カテゴリーを形成するとされているのであるが、更に購買行動は、分析的には、商品選択、店舗選択、銘柄選択、購入量・頻度の決定という選択行動ないし意思決定をその成分として含むと考えられている²⁾。

この見解に依りつつ、購買行動について規定するならば、ある生活主体（個人および家族・世帯）が自らの支出（貨幣と信用）を通じて、特定の組合せの財やサービスを取得するために行なう、上述の選択行動ないし意思決定であると言えよう。これを、この調査に即して述べれば、購買行動に関わる問6は、西陣学区に居住する被調査者（ないしその家族・世帯）の行なう特定の商品選択行動に伴なう店舗選択（その所在地および形態）行動を把握するものと解することが出来よう。更に言えば、その被調査者のソシオ・デモグラフィックな属性の相違によって生起すると思われる店舗選択行動の相違、即ち偏倚を把握しようとするものである。ここで偏倚を前提としているのは、井関が「生活体系の形成、維持、発展のための日々の課題解決において、その目標と充足様式とが異なれば、異なったタイプの、あるいは組合せの財、サービス、情報に対する選好と需要が生じ、異なったタイプの選択が行なわれる」³⁾と述べている

ことに基いている。

ところで、彼の〈生活体系アプローチ〉では、情報の概念自体はかなりの比重を占めているように思われるが、その論文に関する限り、特にそれをコミュニケーション論的視角から、情報行動という概念として展開されてはいない。コミュニケーション論的視角から見れば、情報の選択という表現のみでは不十分であり、分析的には少くとも生活主体の選択する、メディア、送り手ないし相手、メッセージ、接触量・頻度といった成分を含むものと考えer必要がある⁴⁾。そこで購買行動の場合と同様に、情報行動は、ある生活主体（個人および家族・世帯）が自らの支出（貨幣と信用のみならず生体エネルギーなどをも含む）を通じて、特定のコミュニケーションを実現するために行なう上述の選択行動ないし意思決定であるとして行うことが出来る。従って、問16は同じ被調査者の特定のメディア選択（電話）行動に伴なう相手選択（その居住地と相互の関係）行動を、また、問20は、同じく特定のメッセージ選択行動とそれに伴なうメディア選択行動の関連、更には主体のソシオ・デモグラフィックな属性によるこれらの行動の偏倚を把握するものであると解することが出来る。

以上、購買行動、情報行動の概念、それぞれの設問の意味などについて一応明らかにしたので、先ず問6から、その設問を示し、単純集計およびクロス集計の結果をそれに即して概観することにしよう。

問6. あなたのお宅で日ごろお買物はおもにどこでされますか。またどのような店を利用されますか。（それぞれ一つだけ選んで下さい）

地区・商店の形態 商品の種類	地 区	商店の形態
1. 日用品・食料品など		
2. 衣類・身の回り品など		
3. 家具・電気製品などの 耐久消費財		

(地 区)

1. 近 所 2. 大宮商店街 3. 鞍馬口商店街
4. 千本商店街 5. 堀川商店街 6. 今出川商店街

7. 出町商店街 8. 北野商店街 9. 四条河原町近辺
10. 他府県(大阪・神戸など) 11. その他()

(形 態)

1. 小売店 2. スーパー・マーケット 3. 公設市場
4. デパート 5. その他 6. きまっていない

なお、この設問で使われている「商店」、「地区」などは、以下、「店舗」、「所在地」などと言い替えることにする。

さて、この設問の単純集計の結果(表Ⅶ-1-1)を全体として眺めれば、それぞれの商品の種類によって、回答者の家族(世帯)の利用する店舗の所在地の形態、およびその組合せのパターンにはかなり顕著な相違があるように思われる。

この問の回答者の家族・世帯に関する限り、日用品・食料品の場合には、その約8割が、「近所」か「大宮商店街」の「スーパー・マーケット」あるいは「小売店」で購入しており、西陣学区に比較的近い周辺のその他の商店街や公設市場の利用は非常に少なくなっている。回答者の半数以上が購入先店舗としている「スーパー・マーケット」(以下、「スーパー」と略す)は西陣学区の西方にあり、通常、「西陣」と呼ばれている広い地域に含まれている幾つかの商店街の中でも最も小売店の密度が高い「大宮商店街」は西陣学区の北の方向にある。そのうちいずれが選択されるかは、西陣学区自体かなりの広がりがあるので、回答者の自宅からの距離によるものと思われる。

衣類・身の回り品などの場合では、回答者の4割以上が「四条河原町近辺」(以下、「市中心部」とする)を選択し、それに対応してほぼ4割の回答者が「デパート」を選択している。しかし、それでも「近所」や「大宮商店街」で購入すると回答した者は3割あり、更に周辺の商店街を加えれば、この種商品を「西陣」で求める者は4割近くに達する。この「西陣」には「デパート」はないから、「デパート」以外の店舗の形態を選択した者の大部分と「西陣」で購入する者とはほぼ対応していると推定しても良いであろう。

次に、家具・電気製品などの耐久消費財の場合では、店舗の所在地に関して再び、「近所」、「大宮商店街」の選択が増え、両者を加えると5割を越えることになる。ここで特徴的であると思われるのは、「市中心部」よりも「その他」が15.3%とかなり多くなっていることである。また、店舗の形態では、「小売店」が他の商品の場合に比較して最も多く5割近くに達しているが、それに加えて、「きまっていない」（「不定」と略す）が18.0%に増加している。逆に、「デパート」は7.3%しか選択されておらず、先の衣類・身の回り品などの場合に比して顕著な減少が見られる。

ところで、衣類・身の回り品などの場合でもその可能性があるが、耐久消費財の購入先店舗の形態で49.0%もの選択がある「小売店」は、実際にはいわゆる専門店の含まれている可能性が高いように思われる。また、その所在地における「その他」も、夷川通などに見られる同業

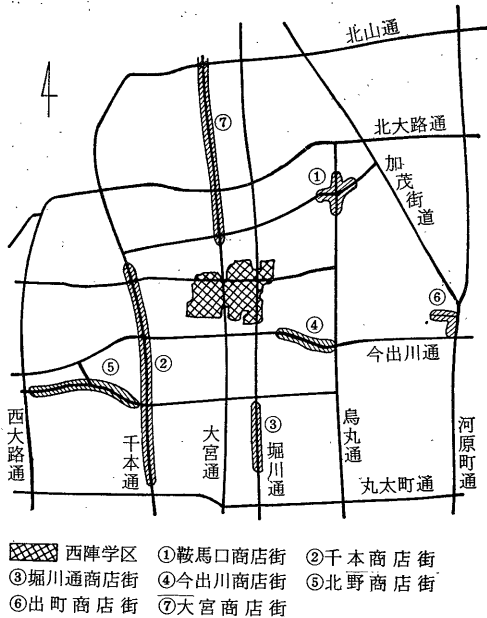
種専門店街などを想定したものと考えることが出来よう。また、耐久消費財の購入先店舗所在地として、再び「近所」や「大宮商店街」が増加していることについては、例えば電気製品を取れば、今日ではどこで購入しても商品自体はほぼ均質であり、値引率やアフター・サービスなどを考慮すれば近くの店舗でも充分であるといった事情を考えれば、ある程度首肯できることである⁵⁾。事実、このことは、「大宮商店街」には電気製品の量販店が数軒あることとも符合するものである。ちなみに、この設問に含められている西陣学区周辺の商店街の配置については図Ⅶ-1-1を参照してほしい。

さて、この調査の回答者の家族・世帯に関する限り、その全体の平準化された購買行動のパターンは上述した通りであるが、現実には、その属性によって平準化されたパターンから何らかの偏倚が生じているものと推測される。むしろ、この属性としてはソシオ・デモグラフィ

表Ⅶ-1-1 商品種類別、購入先店舗の所在地と形態に関する単純集計（購買行動）

商品の種類 購入先店舗		(a) 日用品・食料品など		(b) 衣類・身の回り品など		(c) 家具・電気製品などの 耐久消費財	
		実 数	%	実 数	%	実 数	%
所 在 地	近 所	331	44.8	114	15.4	195	26.4
	大 宮 商 店 街	245	33.2	108	14.6	182	24.6
	鞍 馬 口 商 店 街	8	1.1	1	0.1	3	0.4
	千 本 商 店 街	20	2.7	47	6.4	12	1.6
	堀 川 通 商 店 街	19	2.6	1	0.1	1	0.1
	今 出 川 商 店 街	35	4.7	7	0.9	5	0.7
	出 町 商 店 街	3	0.4	5	0.7	0	0.0
	北 野 商 店 街	15	2.0	6	0.8	0	0.0
	四 条 河 原 町 近 辺	0	0.0	312	42.2	101	13.7
	他府県(大阪・神戸など)	0	0.0	6	0.8	2	0.3
	そ の 他	15	2.0	34	4.6	113	15.3
	不 明	48	6.5	98	13.3	125	16.9
計		739	100.0	739	100.0	739	100.0
形 態	小 売 店	196	26.5	160	21.7	362	49.0
	スーパー・マーケット	403	54.5	75	10.1	25	3.4
	公 設 市 場	42	5.7	4	0.5	0	0.0
	デ パ ー ト	3	0.4	292	39.5	54	7.3
	そ の 他	5	0.7	10	1.4	43	5.8
	き ま っ て い な い	48	6.5	95	12.9	136	18.4
	不 明	42	5.7	103	13.9	119	16.1
	計	739	100.0	739	100.0	739	100.0

図Ⅶ-1-1 西陣学区と周辺の商店街の位置



ックな要因だけでも種々のものを想定することが出来るが、とりあえず、ここでは「居住期間」、「居住形態」、「世帯の年収」、「世帯主の年令」、「世帯主の職業」、「家族形態」が、今回の分析全体に共通する要因として選定されることになったので、それに従うことにする。この調査では、それらを独立変数として、従属変数である購買行動および情報行動とクロスされることになっているが、そのうち何れが購買行動や情報行動にとってレバントであるかについては何の検討もなされていないので、ここでは機械的にクロスされた結果をそのまま概観し記述する作業に止めざるを得ないであろう。また、それらの独立変数には連続的変数と離散変数が含まれているが、そうした検討を欠く以上、特に後者の場合、ある行動に偏倚が生じていたとしても、それをクロスした独立変数による寄与と見なし得るのかという疑問が残るし、前者の場合でも、従属変数との間にリニアな共変的關係をアプリオリに想定しても良いかという問題がある。

ところで、この調査における変数の設定や関係がその様に想定されている以上、最終的にはある独立変数がどの従属変数の行動にいかなる偏倚をもたらしているかを探ることになるので

あるが、結果の処理のプロセスからすれば、ここでは、逆にある従属変数の諸行動に現われている偏倚はどの独立変数によるのかという形で遡行するという手順を取らざるを得ない。いずれにせよ、このクロス集計の結果は相当な量になるのでその全てを示すことは出来ないから、ここでは次の様な処理をした上で検討を進めることにしたい。

まず、独立変数および従属変数を構成する成分をそれぞれ「カテゴリー」および「行動」と呼ぶことにし、それぞれを C, B (単純集計の場合)、あるいは c, b (クロス集計の場合) と表記することにする。従って、クロス集計の場合には、独立変数のカテゴリーと従属変数の行動によって形成されるマトリックスのセル一般は cb と表すことが出来るから、個々のセルとその構成比は行と列の番号を付して示せばよいだろう。ここでは、それぞれの従属変数に属する各行動の単純構成比を基準に取ることにするので、 cb/B を求めれば、ある従属変数のある行動について、ある独立変数のカテゴリー相互間に見られる偏倚の度合を知ることが出来る。

更に、あるカテゴリー c_i の中では、ある行動の構成比 $c_i b_m$ と他の行動の構成比 $c_i b_n$ とは常に連動しているので、それらの比を求めて関連させれば、ある独立変数のカテゴリー相互間に見られるペアリングした行動の偏倚の度合を、 $c_i b_m / c_i b_n = B_m / B_n$ によって知ることが出来ることになる。ここでは、その比の値を偏倚係数と呼ぶことにするが、ここで扱う従属変数はいずれも基本的には独立している二種の行動局面を設定しているので、この両者を更に関連づけるため、もう一方の行動局面についても同様に、 $c_i b_k / c_i b_l = B_k / B_l$ を求め、直交軸上にプロットすることにした。偏倚係数の算出に当っては、 $B_m > B_n, B_k > B_l$ の地件のもとで $c_i b_m / c_i b_n, c_i b_k / c_i b_l$ が1以下になる場合はそれぞれ逆の比を取って負数としている。その係数のプロットに際しては、 B_m / B_n および B_k / B_l の交点が原点となる直交軸上に配しているので、ある独立変数の各カテゴリーは、ペアリングされた行動の軸を基準として位置を占めることになる。グラフ上でプロットされたある独立

表Ⅶ-1-2

独立変数およびそのカテゴリーの一覧表^{a)}

居住期間 (A)	①明治以前 ②明治 ③大正 ④昭和元年～昭和19年 ⑤昭和20年～29年 ⑥昭和30年～39年 ⑦昭和40年～49年 ⑧昭和50年以後
住居形態 (B)	①持家(土地つき) ②持家(借地)・分譲マンション* ③民間借家 ④賃貸マンション・アパート ⑤公団住宅 ⑥社宅・公務員住宅 ⑦借間・下宿 ⑧その他
世帯の年収 (C)	①100万円未満 ②100～200万円未満 ③200～300万円未満 ④300～400万円未満 ⑤400～500万円未満 ⑥500～600万円未満 ⑦600～800万円未満 ⑧800～1,000万円未満 ⑨1,000～1,500万円未満 ⑩1,500万円以上
世帯主の年令 (D)	①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上
世帯主の職業 (E)	①事務職 ②販売職 ③生産工程従事者 ④サービス職 ⑤専門職 ⑥技術・技能職 ⑦管理職 ⑧その他* ⑨無職
家族形態 (F)	①単独 ②夫婦のみ・その他1世代* ③夫婦と未婚子 ④片親と未婚子 ⑤夫婦と子供夫婦など* ⑥2世代夫婦と未婚子 ⑦片親・子供夫婦と未婚子など* ⑧その他の家族
世帯主の学歴 (G)	①新制中学など ②新制高校など ③新制大学など

変数の各カテゴリーは、数字で表示しているから、それらがどのカテゴリーに該当するかは上の表Ⅳ-1-2を見てもらいたい。

こうして、それぞれの独立変数毎に、三種類の商品の購入先店舗の所在地と形態の選択行動について、構成比と偏倚係数を算出したのが表Ⅶ-1-3(A)から(F)までであり、ペアリングした行動の偏倚係数をプロットしたのが図Ⅶ-1-2から図Ⅶ-1-7までのグラフである。ここで選定した行動およびそのペアリングは、単純集計で多く選択された上位の行動を中心としているが、偏倚係数によるプロットはそれを更に独立変数のカテゴリー毎にクローズ・アップしようとしたものである。行動のペアリングは、購入先店舗の所在地および形態の点で西陣学区周辺とそれ以外の地域とを分離できるように設定している。つまり、日用品・食料品などの場合

は、西陣学区周辺に含まれる上位の行動、即ち、「近所」-「大宮」、「スーパー」-「小売店」をペアリングしているが、衣類・身の回り品などおよび耐久消費財の場合には、複数の行動を合成した新たな「行動」成分を形成したものを含めてペアリングを行なっている。具体的には、前者では「市中心部」-「近所+大宮」、「デパート」-「小売店+スーパー」、後者では、「近所+大宮」-「中心部+その他」、「小売店」-「デパート+不定」という組合せを設定している。

これらについても、その全てに亘って触れることは出来ないで、特定の独立変数、即ち「世帯主の年令」の場合(表Ⅶ-1-3(D)および図Ⅶ-1-5(i)～(v))を選んで、購買行動のそれぞれのカテゴリーによる偏倚を眺めることにしたい。

まず、日用品・食料品などの場合では、その購入先店舗の所在地に関して、「20代」、「30代」、「40代」、「60代」のカテゴリーは、単純集計の結果と同様に「近所」で購入する者の比率が高くなっているが、逆に、「10代」、「50代」、「70代」のカテゴリーは「大宮」で買物をする者の割合が多くなっている。ところが、購入先店舗の形態では、「10代」、「20代」、「30代」、「50代」のカテゴリーは、「スーパー」を多く利用し、「40代」、「60代」、「70代」のカテゴリーでは、「小売店」の利用が多くなっている。店舗の所在地では、年令による「近所」-「大宮」の軸では余り明瞭な傾向を読み取ることは出来ないが、店舗の形態では、「50代」は別として、比較的年令の低いカテゴリーは「スーパー」を、逆に高いカテゴリーは「小売店」を利用する者の割合が多いという傾向がかなり明瞭に出ているように思われる。

他方、衣類・身の回り品などの場合および耐久消費財の場合には、年令カテゴリーの変化と店舗の所在地および形態の選択行動の間には、日用品・食料品などの場合に比べて、かなり規則的な共変的關係を見ることができる。まず、衣類・身の回り品などの場合、「30代」以下のカテゴリーは、「市中心部」の「デパート」で買物をする者が多いのに対して、「40代」以上のカテゴリーは、「近所+大宮」で買物をする

表Ⅶ-1-3 独立変数別、各種商品の購入先店舗所在地と形態に関するクロス集計の結果による構成比(N=739)と係数

購買行動 カテゴリー	日用品・食料品など							衣類・身の回り品など							家具・電気製品などの耐久消費財						
	所在地			形態				所在地			形態				所在地			形態			
	近所	大宮	係数	スーパー	小売店	係数		市中心部	近所 + 大宮	係数	デパート	小売店 + スーパー	係数		近所 + 大宮	市中心部 + その他	係数	小売店	デパート + 不定	係数	
(A) 居住期間																					
カテゴリー	1	45.0	40.0	1.1	62.5	25.0	2.5	40.0	35.0	1.1	30.0	25.0	1.2	42.5	37.5	1.1	37.5	40.0	-1.1		
	2	51.9	28.6	1.8	42.9	36.4	1.1	40.3	36.4	1.1	41.6	36.4	1.1	65.0	22.1	2.9	62.3	19.5	3.2		
	3	36.5	42.9	-1.2	57.1	30.2	1.8	33.3	36.5	-1.1	36.5	36.5	1.0	61.9	14.2	4.4	52.4	20.7	2.5		
	4	46.1	39.0	1.1	52.5	32.6	1.6	40.4	34.0	1.1	36.2	33.5	1.1	58.8	25.5	2.3	51.0	21.3	2.4		
	5	37.4	35.1	1.0	47.8	30.4	1.5	38.3	34.8	1.1	39.1	36.5	1.1	57.4	20.0	2.9	58.3	20.0	2.9		
	6	40.6	36.2	1.1	50.7	23.2	2.1	43.5	34.9	1.2	49.3	30.4	1.6	52.2	27.5	1.9	39.1	36.2	1.1		
	7	48.0	24.0	2.0	60.0	20.0	3.0	50.7	24.0	2.1	46.7	26.7	1.7	42.6	37.3	1.1	50.7	28.0	1.8		
	8	53.4	26.3	2.0	69.9	16.5	4.2	51.9	17.3	3.0	39.8	30.0	1.3	34.6	47.4	-1.4	36.1	33.1	1.1		
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9		
(B) 住居形態																					
カテゴリー	1	43.7	37.3	1.2	55.1	30.2	1.8	39.1	34.8	1.1	39.1	34.8	1.1	58.1	26.2	2.2	55.8	22.1	2.5		
	2	45.0	45.4	-1.0	54.5	31.8	1.7	54.5	18.0	3.0	45.4	13.5	3.4	54.4	36.2	1.5	40.9	36.2	1.1		
	3	41.5	35.4	1.2	47.7	27.7	1.7	41.5	34.7	1.2	38.5	33.1	1.7	62.3	14.6	4.3	54.6	21.6	2.5		
	4	46.4	28.6	1.6	67.9	10.7	6.3	46.4	17.9	2.6	28.6	17.9	1.6	25.0	42.8	-1.7	28.6	35.7	-1.2		
	5	61.4	7.1	8.6	68.6	17.1	4.0	57.1	11.4	5.0	51.4	31.5	1.6	61.4	17.2	3.6	38.6	44.3	-1.1		
	6	41.7	41.7	1.0	58.3	33.3	1.7	50.0	41.6	1.2	33.3	41.6	-1.2	58.4	25.0	2.3	33.3	33.4	1.0		
	7	56.0	20.0	2.8	72.0	20.0	3.6	44.0	32.0	1.4	24.0	32.0	-1.3	48.0	40.0	1.2	44.0	20.0	2.2		
	8	44.0	48.0	-1.1	56.0	24.0	2.3	56.0	24.0	2.3	64.0	28.0	2.3	60.0	32.0	1.9	28.0	52.0	-1.9		
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9		
(C) 世帯の年収																					
カテゴリー	1	34.0	37.7	-1.1	62.3	22.6	2.7	41.5	32.1	1.3	30.2	41.6	-1.4	56.6	18.8	3.0	47.2	22.7	2.1		
	2	44.7	35.3	1.2	53.8	21.2	2.7	32.9	31.7	1.0	31.8	29.4	1.1	42.3	35.3	1.2	41.2	31.7	1.3		
	3	40.8	32.0	1.2	52.4	32.0	1.6	35.9	29.2	1.2	38.8	32.0	1.1	58.3	18.4	3.2	54.4	19.1	2.8		
	4	44.3	30.2	1.4	56.6	25.5	2.2	37.7	32.1	1.2	34.0	34.0	1.0	51.9	30.2	1.7	50.9	27.4	1.9		
	5	48.4	30.8	1.5	58.2	28.6	2.0	48.4	31.9	1.5	47.3	39.6	1.2	48.4	39.6	1.2	50.5	33.0	1.5		
	6	48.1	37.0	1.3	61.1	25.6	2.3	57.4	24.1	2.4	51.9	25.9	2.0	50.0	38.9	1.3	51.9	27.8	1.9		
	7	46.0	40.0	1.1	62.0	24.0	2.5	60.0	22.0	2.7	54.0	28.0	1.9	58.0	34.0	1.7	64.0	22.0	2.9		
	8	54.5	36.4	1.4	60.0	36.4	1.6	54.5	27.2	2.0	57.6	21.2	2.7	51.5	39.4	1.3	54.5	30.3	1.8		
	9	52.0	36.0	1.4	32.0	32.0	1.0	52.0	36.0	1.4	52.0	20.0	2.6	60.0	32.0	1.9	44.0	32.0	1.4		
	10	54.0	29.2	1.8	25.0	58.3	-2.3	36.0	29.2	1.6	45.8	29.2	1.6	54.2	29.2	1.9	58.3	8.4	6.9		
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9		

(D) 世帯主の年齢

カテゴリー	1	35.3	47.1	-1.3	58.8	23.5	2.5	76.5	17.6	4.3	52.7	17.7	3.0	41.2	35.2	1.2	17.6	41.2	-2.3
	2	53.8	35.9	1.5	79.5	15.4	5.1	61.5	12.8	4.8	38.5	23.1	1.7	38.4	51.2	-1.3	28.2	41.0	-1.5
	3	49.4	29.2	1.7	64.0	18.0	3.5	53.9	22.5	2.4	48.3	30.4	1.6	41.6	46.0	-1.1	53.9	28.1	1.9
	4	51.9	33.7	1.5	51.4	30.4	1.6	44.2	34.3	1.3	42.5	34.3	1.2	54.1	31.5	1.7	54.7	29.2	1.9
	5	41.6	34.7	1.2	57.2	26.0	2.2	41.0	32.4	1.3	39.9	36.4	1.1	57.8	24.3	2.4	55.5	24.8	2.2
	6	40.0	29.6	1.4	53.9	28.7	1.8	38.3	29.6	1.3	39.1	32.1	1.2	53.9	25.2	2.1	51.3	24.3	2.1
	7	41.5	37.8	1.1	40.2	39.0	1.0	28.0	40.0	-1.4	32.9	30.3	1.1	54.8	15.9	3.4	45.1	14.7	3.1
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9

(E) 世帯主の職業

カテゴリー	1	46.0	28.0	1.6	62.0	28.0	2.2	68.0	16.0	4.3	56.0	16.0	3.5	32.0	54.0	-1.7	40.0	34.0	1.2
	2	45.2	41.3	1.0	45.2	40.4	1.1	40.4	38.4	1.1	39.4	41.4	-1.1	69.2	20.2	3.4	71.2	16.3	4.4
	3	39.3	37.6	1.0	57.3	22.2	2.5	24.8	35.9	-1.4	30.8	37.6	-1.2	56.4	21.3	2.6	49.6	26.5	1.9
	4	48.1	25.9	1.8	63.0	18.5	3.4	66.7	25.9	2.6	55.6	29.6	1.9	59.2	29.6	2.0	55.6	29.6	1.9
	5	47.2	30.2	1.5	62.3	20.8	2.9	49.1	22.6	2.2	54.7	26.4	2.1	45.3	39.6	1.1	50.9	28.3	1.8
	6	45.5	33.2	1.3	51.5	36.4	1.4	42.4	39.4	1.1	42.4	42.5	-1.0	63.6	24.3	2.6	69.7	15.2	4.6
	7	57.7	30.8	1.8	52.6	30.8	1.7	57.7	26.9	2.1	48.7	26.9	1.8	50.0	39.7	1.3	44.9	39.8	1.1
	8	50.0	29.4	1.7	67.8	14.2	4.7	57.1	21.3	2.7	42.8	28.5	1.5	42.8	54.7	-1.3	60.7	24.9	2.4
	9	45.3	34.0	1.3	66.0	22.6	2.9	35.8	28.3	1.3	32.1	30.2	1.1	54.7	26.4	2.1	41.5	30.2	1.4
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9

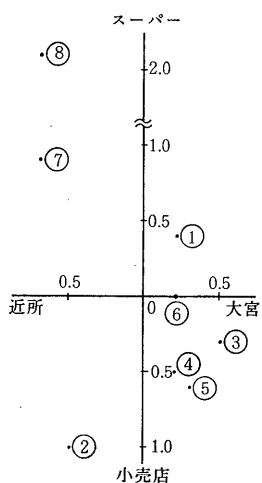
(F) 家族形態

カテゴリー	1	37.5	34.8	1.0	63.4	19.6	3.2	44.6	21.5	2.1	32.1	31.2	1.0	41.1	32.1	1.3	36.6	26.8	1.4
	2	40.6	33.8	1.2	49.1	29.6	1.6	37.2	32.1	1.2	39.8	25.3	1.6	45.6	30.4	1.5	42.3	30.4	1.4
	3	47.6	32.7	1.4	56.5	27.8	2.0	42.3	29.8	1.4	43.5	33.5	1.3	52.7	31.0	1.7	52.8	25.0	2.1
	4	52.6	39.5	1.3	57.9	26.3	2.2	52.6	26.3	2.0	47.4	18.4	2.6	52.6	34.3	1.5	50.0	29.0	1.7
	5	42.8	33.3	1.2	33.3	57.1	-1.7	57.1	18.9	3.0	57.1	28.4	2.0	57.1	28.4	2.0	57.1	28.5	2.0
	6	45.8	33.3	1.3	54.2	22.9	2.3	45.1	35.5	1.3	35.4	39.6	-1.1	64.6	18.8	3.4	66.7	21.1	3.2
	7	55.6	40.5	1.3	54.4	30.3	1.7	44.3	40.4	1.1	39.2	39.1	1.0	65.7	27.7	3.5	58.2	27.7	2.1
	8	63.6	27.3	2.3	59.1	18.2	3.2	40.9	45.5	-1.1	36.4	45.5	-1.3	59.1	22.7	2.6	63.6	22.7	2.8
平均値		44.8	33.2	1.3	54.5	26.5	2.1	42.2	30.0	1.4	39.5	31.8	1.2	51.0	29.0	1.8	49.0	25.7	1.9

図Ⅶ-1-2~7 独立変数別、各種商品の購入先店舗所在地と形態に関するペアリング・グラフ

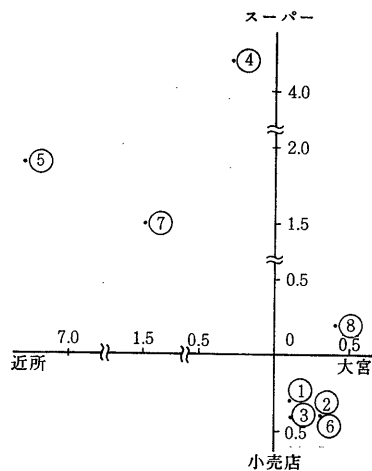
(A) 居住期間

図Ⅶ-1-2(イ) 日用品・食料品など

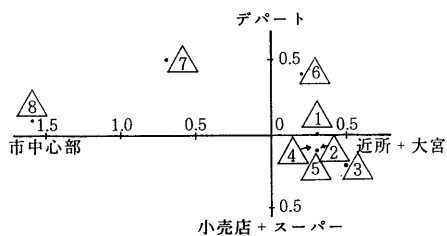


(B) 住居形態

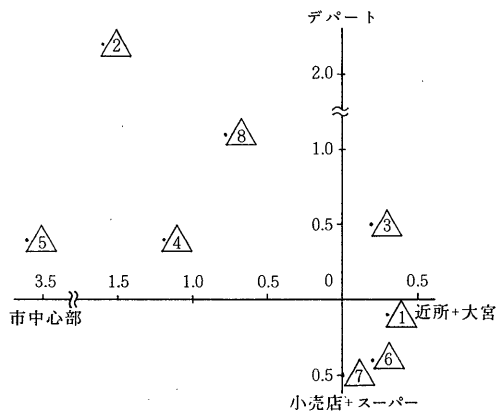
図Ⅶ-1-3(イ) 日用品・食料品など



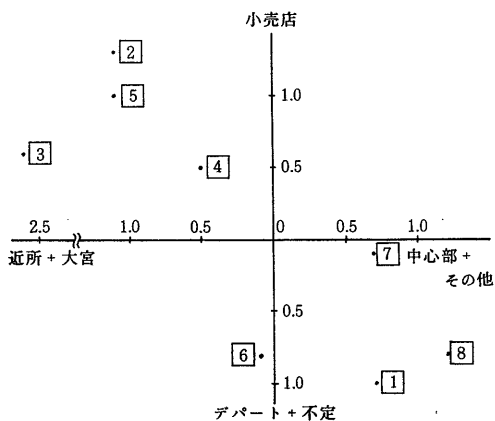
図Ⅶ-1-2(ロ) 衣類・身の回り品など



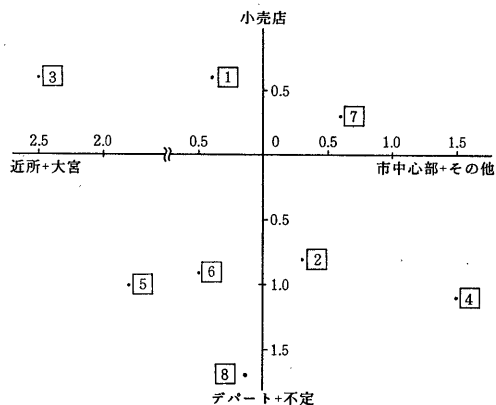
図Ⅶ-1-3(ロ) 衣類・身の回り品など



図Ⅶ-1-2(ハ) 耐久消費財

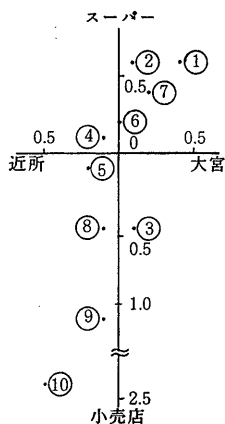


図Ⅶ-1-3(ハ) 耐久消費財

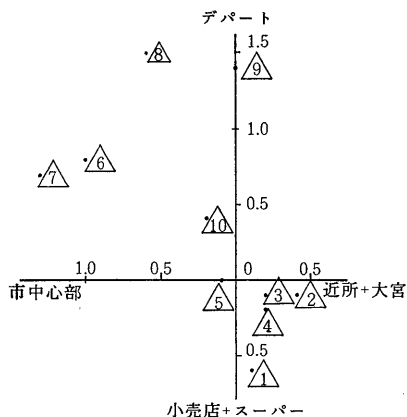


(c) 世帯の年収

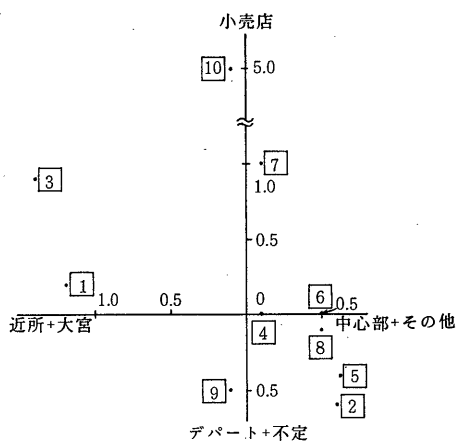
図Ⅶ-1-4(イ) 日用品・食料品など



図Ⅶ-1-4(ロ) 衣類・身の回り品など

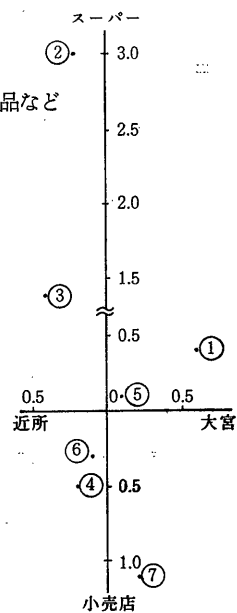


図Ⅶ-1-4(ハ) 耐久消費財

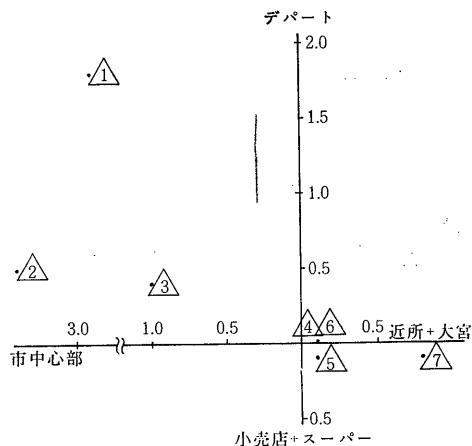


(D) 世帯主の年齢

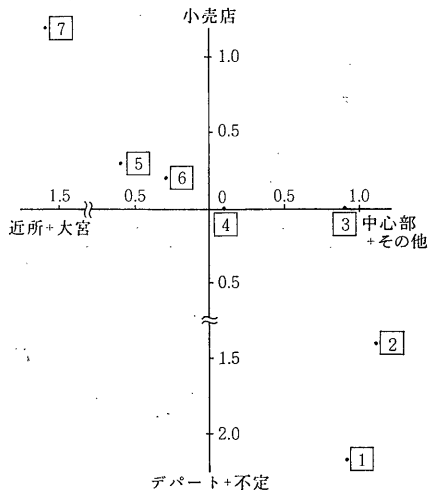
図Ⅶ-1-5(イ) 日用品・食料品など



図Ⅶ-1-5(ロ) 衣類・身の回り品など

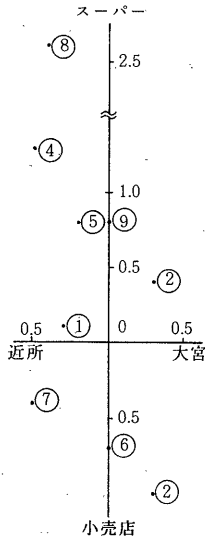


図Ⅶ-1-5(ハ) 耐久消費財

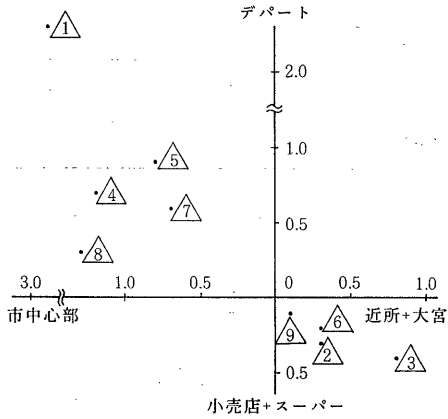


(E) 世帯主の職業

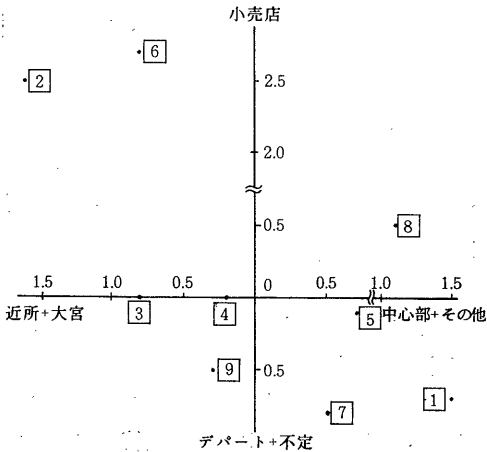
図Ⅶ-1-6(イ) 日用品・食料品など



図Ⅶ-1-6(ロ) 衣類・身の回り品など

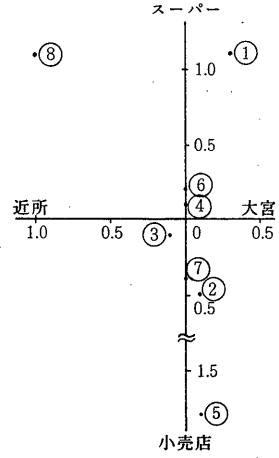


図Ⅶ-1-6(ハ) 耐久消費財

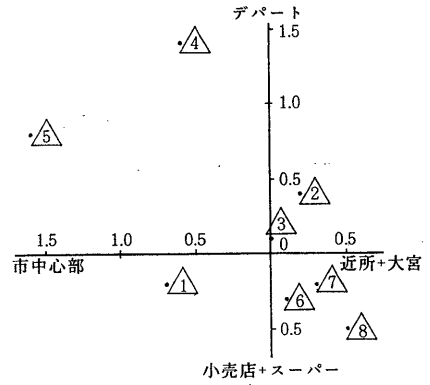


(F) 家族形態

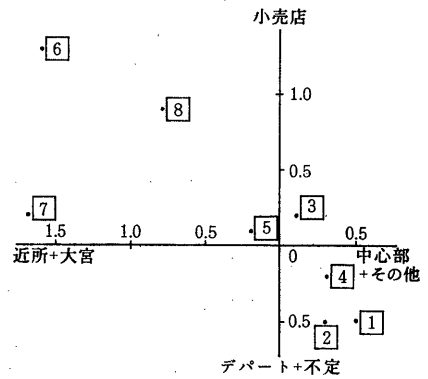
図Ⅶ-1-7(イ) 日用品・食料品など



図Ⅶ-1-7(ロ) 衣類・身の回り品など



図Ⅶ-1-7(ハ) 耐久消費財



者が多いという結果になっている。しかし、前者では、店舗の所在地、形態共にそれぞれの軸から離れているのに対して、後者では、形態に関しては特に軸上もしくはやや「小売店＋スーパー」側に寄っている程度で、全体の傾向に近い形を示しているのが特徴的といえる。更に、耐久消費財では年令カテゴリーによる選択行動のパターンが分離しており、「10代」、「20代」は「デパート＋不定」－「中心部＋その他」、逆に「50代」、「60代」、「70代」は、「小売店」－「近所＋大宮」へという極めて明確なペアリングの相違が見られ、中間の「30代」、「40代」は店舗の所在地では「中心部＋その他」の比重が高くなっているものの、その形態に関しては軸上にあって「小売店」と「デパート＋不定」を利用する者の比率が等しいという形で、年令カテゴリーの高低グループの中間に位置を占めている。

以上、世帯主の年令カテゴリー別にその購買行動の偏倚を概観したが、これらの表やグラフでは、独立変数全体のカテゴリーの状態を把握しにくいので、商品の種類別に各独立変数の全てのカテゴリーを行動ペアリングによって分類してみた。その結果を見る限り、あるカテゴリーが商品の種類によってどのような行動ペアリングを選択していくかについては、非常に多くの組合せが出現しており一概に言うことは出来ない。しかし、その中から日用品・食料品などから耐久消費財に至る行動ペアリングが、「近所」－「スーパー」×「市中心部」－「デパート」×「市中心部＋その他」－「デパート＋不定」を選択する比較的多くのカテゴリー群と「大宮」－「小売店」×「近所＋大宮」－「小売店＋スーパー」×「近所＋大宮」－「小売店」を選択する比較的多くのカテゴリー群を見出すことが出来る。例えば、居住年数の場合を取れば、(A)－⑦、(A)－⑧は前者に属し、(A)－③、(A)－④、(A)－⑤は後者に属する。残りのカテゴリーは、上の組合せとは異なる組合せの行動ペアリングを選択している訳であって、ここから、居住年数の相違と行動ペアリングの選択の組合せについて、何らかの推論ないし立論をすることはかなり困難なことであると言わねばならない。

それでは、情報行動に問してはどのような傾向を見ることができるのであろうか。情報行動については、2つの設問がなされているが、ここでも設問を示した後、その単純集計およびクロス集計の結果を概観することにしよう。

問20. ふだんお宅では日常生活の中でどのような情報や知識が欲しいと思っていられるか(三つ選ぶ)。また、その情報を主にどのようなもので得ていますか(それぞれに一つ選ぶ)。

(情報の種類)

- | | |
|----------------------|------------------|
| 1. 学区や町内の行事や動き | 2. 市や府の施策の動き |
| 3. 保健・医療・福祉 | 4. 学校・教育 |
| 5. 地元の歴史や文化 | 6. 地元の産業や業況 |
| 7. 買物情報 | 8. 土地・家の売買や不動産情報 |
| 9. 転職・就職・アルバイトの情報や案内 | |
| 10. 趣味・娯楽 | 11. 宗教的なこと |
| 12. その他() | 13. 特にない |

(情報を得る手段)

- | | | | | |
|--------------|------------|--------|-------|-------|
| 1. テレビ | 2. ラジオ | 3. 新聞 | 4. 雑誌 | 5. 電話 |
| 6. 折りこみ(チラシ) | 7. 府・市の公報 | 8. 回覧板 | | |
| 9. 人づてに聞く | 10. その他() | | | |

問16. あなたのお宅での電話の相手はどういう人が最も多いですか。

(電話の相手との関係) (一つ選ぶ)

- | | |
|------------|-----------|
| 1. 家族・親戚の人 | 2. 友人・知人 |
| 3. 仕事関係の人 | 4. その他() |

(電話の相手のお住い) (一つ選ぶ)

- | | |
|--------------|-----------|
| 1. 西陣学区内 | 2. 上京・北区内 |
| 3. それ以外の京都市内 | 4. 京都市外 |

さて、情報行動を概観するに当たっては、質問紙の順序とは逆に問20から見ることにするが、記述を簡単にするため問20を情報行動1、問16を情報行動2と呼ぶことにする。

それぞれの単純集計の結果については、表Ⅶ-1-4および表Ⅶ-1-5に示す通りであるが、他の項目とは異なり情報行動1の回答総数が多くなっているのは、対応するメッセージとメディアのペア3組を選択するよう回答者に求めて

表Ⅶ-1-4 必要とするメッセージと利用する
メディアに関する単純集計(情報行動1)

情報の種類と手段		実 数	%
メ ッ セ ー ジ	学区や町内の行事や動き	252	11.4
	府や市の施策の動き	167	7.5
	保健・医療・福祉	230	10.4
	学校・教育	119	5.4
	地元の歴史や文化	79	3.6
	地元の産業や業況	161	7.3
	買物情報	224	10.1
	土地・家の売買や不動産情報	37	1.7
	転職・就職・アルバイトの 情報や案内	35	1.6
	趣味・娯楽	144	6.5
	宗教的なこと	23	1.0
	その他	12	0.5
	特にない	103	4.6
	不明	631	28.5
計		2,217	100.0
メ デ ィ ア	テレビ	96	4.3
	ラジオ	21	0.9
	新聞	336	15.2
	雑誌	93	4.2
	電話	8	0.4
	折りこみ(チラシ)	193	8.7
	府・市の公報	211	9.5
	回覧板	269	12.1
	人づてに聞く	136	6.1
	その他	39	1.8
	不明	815	36.8
計		2,217	100.0

表Ⅶ-1-5 電話の相手の居住地と関係に
関する単純集計(情報行動2)

電話の相手		実 数	%
居 住 地	西陣学区内	57	7.7
	上京・北区内	255	34.5
	それ以外の京都市内	259	35.0
	京都市外	112	15.2
	不明	56	7.6
計		739	100.0
関 係	家族・親戚	208	28.1
	友人・知人	187	25.3
	仕事関係	295	39.9
	その他	12	1.6
	不明	37	5.0
計		739	100.0

いるからである。ただ、この項目では「不明」がメッセージに関して28.5%、メディアについては36.8%と、不完全な回答が非常に多くなっているのは残念なことである。

まず、情報行動1の単純集計を全体として見れば、回答者が日常生活の中で必要としているメッセージの内容は⁷⁾、回答肢全体に分散しているが、その回答者が10%を越えるのは、「学区や町内の行事や動き」(11.4%)、「保健・医療・福祉」(10.4%)、「買物情報」(10.1%)のみである。更に、5%以上の選択肢をピックアップすれば、「府や市の施策の動き」(7.5%)、「地元の産業や業況」(7.3%)、「趣味・娯楽」(6.5%)、「学校・教育」(5.4%)が入ってくる。

他方、そうしたメッセージを得るために日頃回答者が利用しているメディアとして選択されているのは、「新聞」(15.2%)が最も多く、次いで「回覧板」(12.1%)が選択されているが、更に5%以上回答のあるものを拾えば、「府・市の公報」(9.5%)、「折りこみ(チラシ)」(8.7%)、「人づてに聞く」(6.1%)の順になっている。

この回答については、特にメッセージの選択に関して極めて特徴的な傾向が見られる。「保健・医療・福祉」や「買物情報」といったメッセージの選択が多いことは、一般的にも首肯できることではあるが、西陣学区の居住者であり、得ようとすれば得られるにもかかわらず、回答者達が彼らにとって必要なものとして「学区や町内の行事や動き」に関するメッセージを第1位に挙げているのは、ある意味で奇妙なことである。このことは、西陣学区では昭和40年以後の来住者が30%近くもあるとはいえ、京都市内でも伝統的な所と思われ、従来からの学区や町内の組織や活動もかなり維持されている地域であると考えられるのに、実際には、その種のメッセージ自体としては不足しているということを示すものなのであろうか。それとも、この種のメッセージは一般の地域と量的には差がないにもかかわらず、居住者の間ではこの種の事柄に対する関心が特に高いために、こうした結果として現われたのであろうか。

現在の段階で、妥当な推論をすることは困難

であるが、このことに関連して注意を喚起しておきたいのは、その項目の前半のメッセージに関する設問が、欲しいと思っているという表現になっていることである。つまり、このワーディングは、実際に流布しているその種のメッセージに対する回答者の現実の接触行動それ自体を問うものではなく、リスト・アップされたメッセージに対する回答者の必要性ないし希望を問うものであるということである。この点にも、この項目の回答で「学区や町内の行事や動き」が特に多く選択されることになった理由の一端がある様にも思われるが、この結果が、実際に流布しているメッセージの状況やそれに対する居住者の現実の接触状態と全く関係なく形成された必要性や希望でないことも明らかである。

他方、その設問の後半部分のメディア選択行動に関する結果を眺めれば、回答者の利用しているメディアがかなり分散していることが分る。しかし、その中では回答者の15.2%が選択している「新聞」の比重の-highいことが注目されるが、「回覧板」(12.1%)がそれに次いで多いことも大きな特徴である。それに加えて回答者が5%以上あるメディアを挙げれば、「府・市の公報」(9.5%),「折りこみ(チラシ)」(8.7%),「人づてに聞く」(6.1%)の3つである。

この結果を一瞥して意外であるのは、メディアとしてはある意味でマイナーな「回覧板」や「府・市の公報」の利用が多いことである。しかし、言うまでもなく、これは、メッセージに関して「学区や町内の行事や動き」、「保健・医療・福祉」、「府や市の施策の動き」などが多く選択されていることに対応するものであると見てよいであろう。また、マス・メディアの中で特に「新聞」の選択が多くなっているのは、単に日常生活の中で接触が多いということのみによるのではなく、「新聞」には各種のメッセージが掲載されているため、その種のメッセージを含めた幅広いジャンルのメッセージの需要を満たし得るからであろう。逆に、「新聞」を除いた他のマス・メディアの利用がかなり低いのも、それとは逆に、この種のメディアではそうしたメッセージを提供することが少ないという、ある意

味で極めて当然な理由によるものと思われる。

確かに、問20の後半のメディアに関する設問は、前半の部分とは異って回答者の現実のメディア接触行動を問うものであり、回答の結果もその事実に対応していると思われるが、それはあくまで前半のメッセージの入手手段として選択されているのであって、現実のメディア接触の状況とは異なっており、かなりバイアスのかかったものと見る必要があろう。従って、その結果をもって、回答者のマス・メディア接触の量や頻度が少ないと判断するのは早計であって、むしろ回答者達は必要とするメッセージの種類に応じてメディアを使い分けられていると見るべきであろう。つまり、人々が必要として求めるメッセージやメディアの接触状況と、日常いわば習慣的に接しているメッセージやメディアの種類や量の状態とは異なっているということである。

ところで、これまでこの設問に関する単純集計の結果についてはメッセージとメディアを分離して概観して来たが、コミュニケーション行動では本来、メッセージとメディアは一体化されているのであるから、ここでもそのペアよりなるマトリックスを検討すべきであるが、残念ながら紙幅の関係上その表の掲載については割愛せざるを得ない。

次に、購買行動の場合と同様に、情報行動1に関しても、各独立変数別にメッセージとメディアの選択行動をペアリングし、構成比と偏倚計数を算出した。その結果は、表Ⅶ-1-6(A)から(G)に示す通りであるが、ここでは、ペアリングするメッセージを、「保健・医療・福祉」と「買物情報」に限り、メディアに関しては、「テレビ」、「ラジオ」、「新聞」、「雑誌」を合成して「マス・メディア」とし、他方、「府・市の公報」と「回覧板」を合成して「公報」としている。また、情報行動については、購買行動の場合とは異なり、独立変数として新たに「世帯主の学歴」を加えている。その理由は、学歴の相違は日常生活におけるコミュニケーション行動、中でも、必要とするメッセージやメディアの接触状況や、電話の利用状態などに対してかなりレバントであると想定されるからである。

さて、情報行動1に関してペアリングした行動の偏倚係数をプロットしたのが、図Ⅶ-1-8から図Ⅶ-1-14までのグラフであるが、それらのグラフを見る限り、各独立変数のカテゴリーの内容に即して何らかの意味を想定し得るほど顕著なカテゴリーの配置ないし分離が見られるものはほとんど見当たらない。しかし、独立変数「世帯主の学歴」の場合は、カテゴリー数が少ないこともあるかも知れないが、プロットの配置はかなり明瞭に分離しているので、この場合について少し触れてみよう。

まず、メッセージに関しては、その学歴が「新制中学など」では「買物」を選択する者の

割合が高く、「新制高校など」では反対に「保健・医療・福祉」を選択する者の比率がやや多くなっている。しかし、「新制大学など」の高学歴の回答者は、その両者のメッセージを選択する者がほぼ等しく、回答者全体の選択パターンとも近似しているという傾向が見られる。他方、メディアに関しては、高学歴の回答者では「マス・メディア」を利用する者が他のカテゴリーに比べてかなり高くなっており、「新制高校など」と「新制中学など」が共に、「公報」を選択する者が多いことに比べて対照的な傾向を示している。

それでは、最後に、情報行動2について、表

表Ⅶ-1-6 独立変数別、必要とするメッセージと利用するメディアに関する
クロス集計の結果による構成比 (N=2,217) と係数

情報 行動 (1)	必要とする情報						
	メ ッ セ ー ジ				メ デ ィ ア		
	保健・医 療・福祉	買 物	係数	マス・メ ディア	公 報	係数	
(A) 居 住 期 間							
カ テ ゴ リ ー	1	9.2	7.5	1.2	33.1	12.4	2.7
	2	13.9	10.0	1.4	20.4	32.1	-1.6
	3	7.9	10.1	-1.3	19.6	23.8	-1.2
	4	12.8	9.5	1.3	21.0	26.7	-1.3
	5	10.7	9.3	1.2	22.9	20.0	1.1
	6	9.2	10.1	-1.1	28.9	22.3	1.3
	7	9.3	11.1	-1.2	22.2	24.9	-1.1
	8	9.0	13.3	-1.5	31.5	14.8	2.1
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1
(B) 住 居 形 態							
カ テ ゴ リ ー	1	11.6	10.2	1.1	26.1	25.4	1.0
	2	9.1	3.0	3.0	22.6	21.2	1.1
	3	10.5	10.5	1.0	21.3	19.8	1.1
	4	10.7	10.7	1.0	31.0	6.0	5.2
	5	10.0	12.9	-1.3	19.5	23.8	-1.2
	6	5.6	1.7	3.3	38.9	8.3	4.7
	7	8.0	10.7	1.3	33.4	16.0	2.1
	8	9.3	10.7	-1.2	36.0	22.7	1.6
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1
(C) 世 帯 の 年 収							
カ テ ゴ リ ー	1	10.7	8.8	1.2	26.4	12.5	2.1
	2	8.2	11.0	-1.3	25.9	11.0	2.4
	3	12.3	10.4	1.2	23.4	20.7	1.1
	4	12.9	11.3	1.1	22.3	28.9	-1.3
	5	11.0	10.3	1.1	26.8	35.1	-1.3
	6	6.2	12.3	-2.0	28.4	19.8	1.4
	7	12.7	13.3	-1.0	36.6	24.0	1.5
	8	12.1	7.1	1.7	27.3	22.2	1.2
	9	14.7	9.3	1.6	27.9	26.6	1.0
	10	6.9	1.4	4.9	29.2	15.3	1.9
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1

(D) 世帯主の年令

カ テ ゴ リ ー	1	5.9	13.7	-2.3	25.5	7.9	3.2
	2	6.8	12.0	-1.8	37.6	8.6	4.4
	3	13.5	12.4	1.1	28.5	24.0	1.2
	4	8.8	10.5	-1.2	25.5	23.5	1.1
	5	12.3	10.0	1.2	27.2	27.2	1.0
	6	9.6	11.6	-1.2	21.2	22.3	-1.1
	7	10.6	6.9	1.5	19.2	17.8	1.1
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1

(E) 世帯主の職業

カ テ ゴ リ ー	1	12.7	11.3	1.1	31.4	26.7	1.2
	2	12.2	9.3	1.3	23.1	29.8	-1.3
	3	11.1	11.4	1.0	30.2	23.9	1.3
	4	9.9	13.6	-1.4	32.1	22.2	1.4
	5	12.6	8.8	1.4	29.5	25.2	1.2
	6	7.1	16.2	-2.3	25.3	22.3	1.1
	7	12.4	11.5	1.1	33.3	25.2	1.3
	8	10.7	10.7	1.0	23.9	22.6	1.1
	9	10.7	11.3	-1.1	17.0	15.7	1.1
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1

(F) 家 族 形 態

カ テ ゴ リ ー	1	7.7	11.0	-1.4	25.3	11.3	2.2
	2	10.5	10.2	1.0	25.7	18.9	1.4
	3	10.3	11.0	-1.1	24.6	25.9	-1.1
	4	11.4	7.9	1.4	27.3	20.8	1.3
	5	11.1	6.3	1.8	35.0	19.0	1.8
	6	9.7	9.7	1.0	18.1	23.6	1.3
	7	11.8	11.0	1.1	25.7	34.1	-1.3
	8	13.6	12.1	1.1	21.1	19.7	1.1
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1

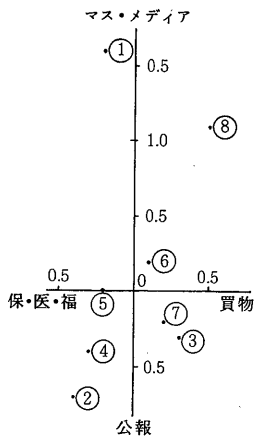
(G) 世帯主の学歴

カ テ ゴ リ ー	1	8.7	12.4	-1.4	22.4	23.5	-1.0
	2	12.6	9.9	1.3	23.6	26.7	-1.1
	3	10.4	10.6	-1.0	33.1	19.1	1.7
平 均 値		10.4	10.1	1.0	24.6	21.6	1.1

図Ⅶ-1-8～14 独立変数別、必要とするメッセージと利用するメディアに関するペアリング・グラフ

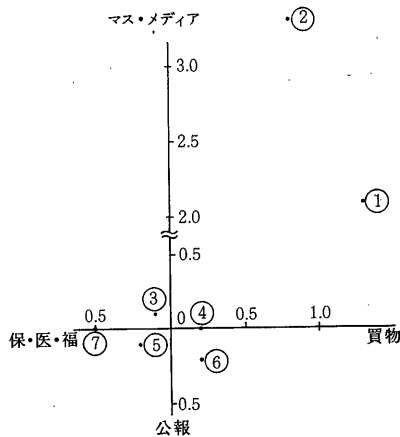
図Ⅶ-1-8

(A) 居住期間



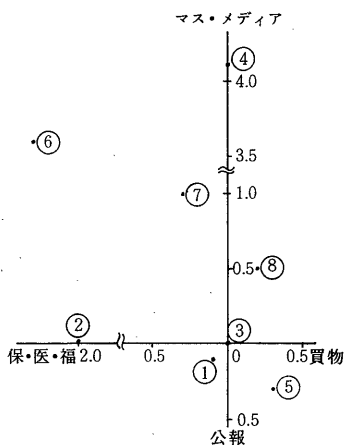
図Ⅶ-1-11

(D) 世帯主の年齢



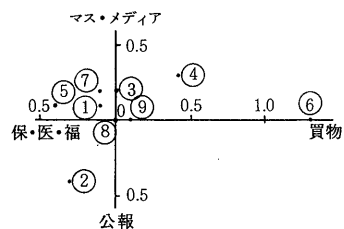
図Ⅶ-1-9

(B) 住居形態



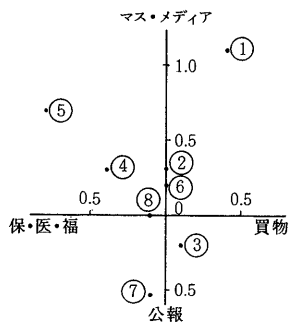
図Ⅶ-1-12

(E) 世帯主の職業



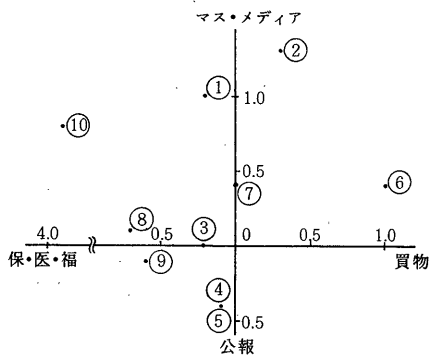
図Ⅶ-1-13

(F) 家族形態



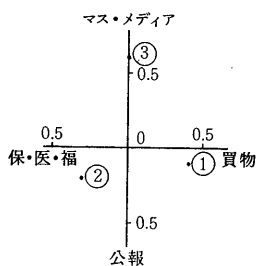
図Ⅶ-1-10

(C) 世帯の年収



図Ⅶ-1-14

(G) 世帯主の学歴



Ⅶ-1-5に示した単純集計の結果から見ることにしよう⁸⁾。

問16では、コミュニケーション行動を電話という特定のメディアの利用に限定して、その主たる相手の居住地と回答者との関係を問うているが、その内前者の「行動」として最も多く選択されているのは、「それ以外の京都市内」（以下「市内」と略す）の35.0%であり、それに次ぐ「上京・北区内」（以下、「上・北区」と略す）の34.5%とほぼ同数となっている。その相手の居住地に関しては、「西陣学区内」（以下「学区」と略す）と回答した者は7.7%しかなく、「京都市外」（「市外」と略す）を選択した者

の約半数であり、電話というメディアの利用にとっては、学区という空間がそれほど比重の高い地域的範囲ではないことが分かる。

他方、主たる電話の相手と回答者との関係について見れば、最も回答者数の多い「行動」は、「仕事関係」（39.9%）で、ほぼその4割を占め、以下、「家族・親戚」（28.1%）、「友人・知人」（25.3%）などとなっている。

この情報行動2の場合、居住地に関しては、「市内」と「市外」を合成し、また、「学区」と「上・北区」を合成してペアリングを行ない、他方、関係に関しては「家族・親戚」と「友人・知人」を合成したものと「仕事関係」

表Ⅶ-1-7 独立変数別、電話の相手の居住地とその関係に関する
クロス集計の結果による構成比（N=739）と係数

情報 行動 (2) カテ ゴリー	電 話 の 相 手						
	居 住 地			関 係			
	市内	学区 +市外	上・北区 +係数	家・親 +友・知 係数	仕事 関係 係数		
(A) 居 住 期 間							
カテ ゴリー	1	50.0	42.5	1.2	35.0	57.5	-1.6
	2	48.1	49.4	-1.0	50.7	48.1	1.1
	3	39.7	55.6	-1.4	44.5	50.8	-1.1
	4	40.4	52.5	-1.3	51.8	42.6	1.2
	5	47.8	47.9	1.0	47.0	48.7	-1.0
	6	60.8	36.2	1.7	59.4	37.7	1.6
	7	60.0	34.7	1.7	69.3	26.7	2.6
	8	62.4	27.9	2.2	67.7	24.1	2.8
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3
(B) 住 居 形 態							
カテ ゴリー	1	43.7	51.5	-1.2	45.4	51.0	-1.1
	2	68.1	31.8	2.1	45.4	54.5	-1.2
	3	46.2	48.5	-1.0	58.4	36.9	1.6
	4	85.7	7.1	12.0	71.4	21.4	3.3
	5	72.9	24.3	3.0	80.0	17.1	4.7
	6	83.4	16.6	5.0	83.4	16.7	5.0
	7	60.0	32.0	1.9	72.0	20.0	3.6
	8	60.0	24.0	2.5	56.0	24.0	2.3
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3
(C) 世 帯 の 年 収							
カテ ゴリー	1	54.7	30.1	1.8	66.0	18.9	3.5
	2	54.1	34.2	1.6	65.9	28.2	2.3
	3	51.5	45.6	1.1	62.2	34.0	1.8
	4	50.0	47.2	1.1	62.3	34.9	1.9
	5	47.3	51.7	-1.1	51.7	48.4	1.1
	6	40.0	46.3	-1.2	50.0	46.3	1.1
	7	58.0	40.0	1.5	50.0	48.0	1.0
	8	51.5	45.4	1.1	33.4	66.7	-2.0
	9	44.0	56.0	-1.3	24.0	72.0	-3.0
	10	33.3	66.7	-2.0	20.9	79.2	-3.8
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3

(D) 世 帯 主 の 年 令

カテ ゴリー	1	53.0	17.6	3.0	58.9	17.6	3.3
	2	69.3	23.1	3.0	82.0	10.3	8.0
	3	63.0	36.0	1.8	65.2	34.8	1.9
	4	54.2	43.1	1.3	49.7	48.1	1.0
	5	45.1	49.2	-1.1	52.6	42.8	1.2
	6	46.0	46.1	1.0	51.3	42.6	1.2
	7	35.4	53.6	-1.5	36.6	53.7	-1.5
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3

(E) 世 帯 主 の 職 業

カテ ゴリー	1	56.0	40.0	1.4	42.0	12.0	3.5
	2	54.8	43.3	1.3	38.5	59.6	-1.5
	3	36.8	59.8	-1.6	46.1	48.7	-1.1
	4	63.0	33.3	1.9	62.9	33.3	1.9
	5	66.1	26.5	2.5	45.3	50.9	-1.1
	6	54.6	45.0	1.2	54.6	48.5	1.1
	7	57.7	41.1	1.4	55.2	44.9	1.2
	8	46.4	42.8	1.1	67.7	28.5	2.4
	9	54.7	34.0	1.6	75.5	15.1	5.0
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3

(F) 家 族 形 態

カテ ゴリー	1	54.5	28.6	1.9	68.7	19.6	3.5
	2	49.1	44.8	1.1	49.1	44.9	1.1
	3	50.0	46.0	1.1	59.3	36.7	1.6
	4	63.2	34.2	1.8	68.4	28.9	2.4
	5	57.0	38.0	1.5	38.0	57.1	-1.5
	6	58.3	37.5	1.6	41.7	56.3	-1.4
	7	45.7	52.8	-1.2	44.2	54.3	-1.2
	8	45.0	51.5	-1.1	50.0	45.4	1.1
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3

(G) 世 帯 主 の 学 歴

カテ ゴリー	1	38.8	55.7	-1.4	49.2	47.0	1.0
	2	52.8	44.4	1.2	52.5	44.3	1.2
	3	64.5	31.9	2.0	58.4	36.2	1.6
平 均 値		50.2	42.2	1.9	53.4	39.9	1.3

をペアリングしている。それらの構成比と偏倚係数は、各独立変数別に表Ⅶ-1-7 (A)から(G)に至る表に示す通りであるが、それらのグラフ上でのプロットは図Ⅶ-1-15から図Ⅶ-1-21に見る通りである。

これらのグラフに見る限り、連続的な性格を持つ独立変数では、カテゴリーと行動との間にはかなり顕著な共変関係がある様に思われる。

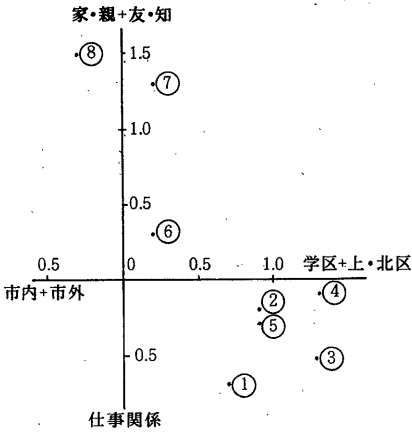
居住期間に関しては、「昭和20年～29年」以前の カテゴリーは全て、「学区+上・北区」-「仕事関係」の組合せを選択する者の割合が多いのに対して、「昭和30～39年」以後の来住者は、

「家族・親戚+友人・知人」を選択する者の比率が高く、特に「昭和50年以後」のカテゴリーは、「家・親+友・知」-「市内+市外」の組合せを選択し、「家・親+友・知」-「学区+上・北区」を選択するものの多い (A)-⑥, (A)-⑦に比べて、西陣学区およびその周辺との関係がいわば薄い状態にあることを示している。世帯の年収に関しては、いずれのカテゴリーも居住地の軸については全て、「学区+上・北区」寄りに来ているが、関係の軸では「仕事関係」が上昇するにつれて「仕事関係」が多くなり、逆に低下すればするほど「家・親+友・知」が

図Ⅶ-1-15～21 独立変数別、電話の相手の居住地とその関係に関するペアリング・グラフ

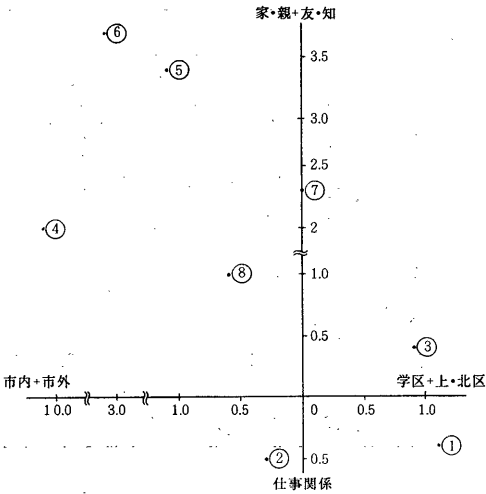
図Ⅶ-1-15

(A) 居 住 期 間



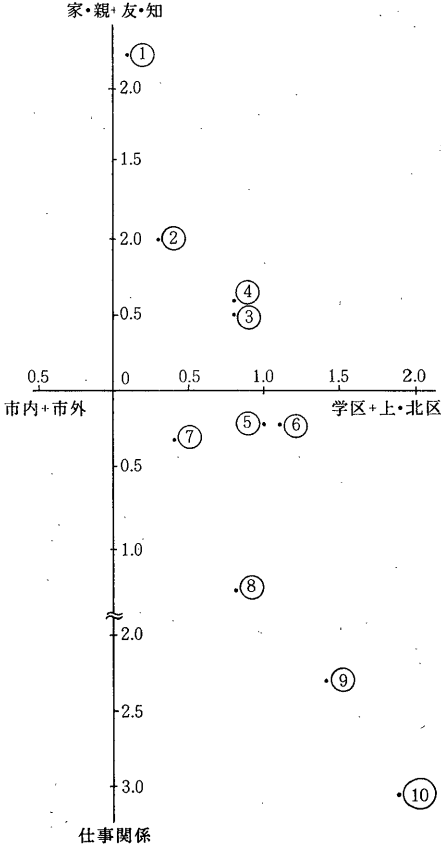
図Ⅶ-1-16

(B) 住 居 形 態

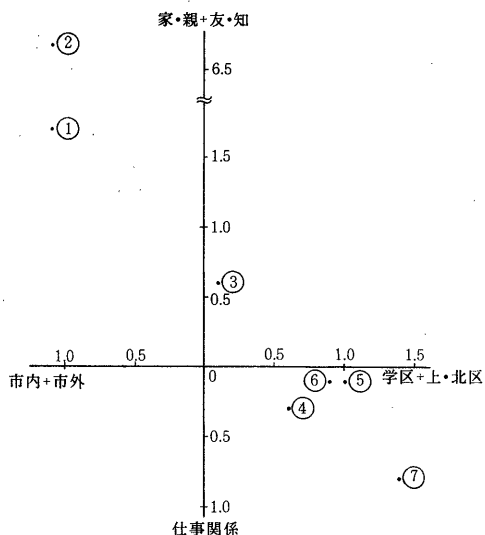


図Ⅶ-1-17

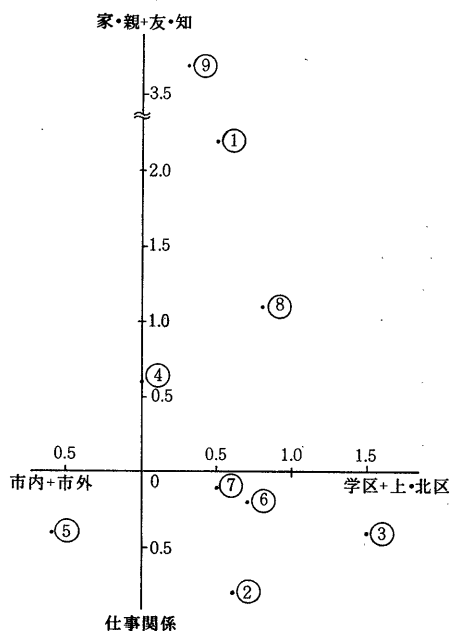
(C) 世 帯 の 年 収



(D) 世帯主の年令

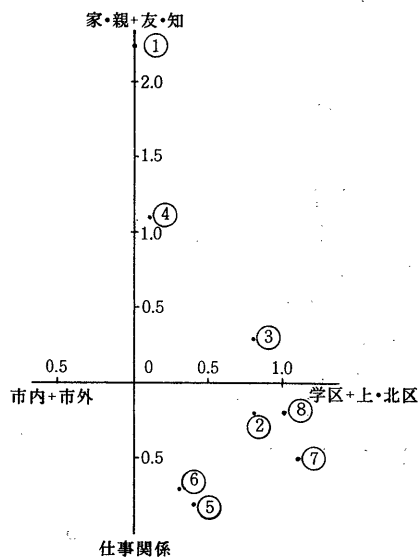


(E) 世帯主の職業

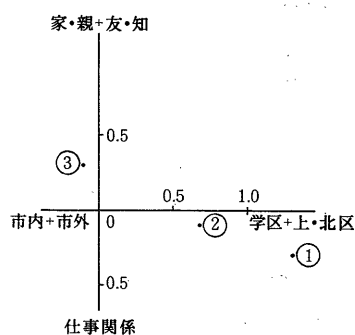


多く選択されるという形になっている。「世帯主の年令」に関しても、年令のカテゴリーが上昇するほど「学区+上・北区」-「仕事関係」の組合せが選択される傾向が大きくなり、逆に、低下するほど「市内+市外」-「家・親+友・知」の組合せの選択される割合が増すという傾向を見せていると言っても良いであろう。「世帯主の学歴」に関しても、カテゴリーと行動は

(F) 家族形態



(G) 世帯主の学歴



相即して変化しており、低学歴のカテゴリーほど「学区+上・北区」-「仕事関係」の組合せを選択する者の割合が増すのに対して、学歴が高くなるほど逆に「市内+市外」-「家・親+友・知」を選択する者の比率が大きくなるという傾向がある様に思われる。

さて、以上でこの節で担当することになっていた購売行動と情報行動に関する集計結果についての報告を終えるが、ここでは、文字通りそれを概観したに過ぎず、このプロジェクトの課題と関係づけて考察を行なうといった作業にはほとんど踏み込むことが出来なかった。その2つの行動の側面についてさえ、掘り下げるべき問題は多くあり、集計結果についても触れ得たのはその一部にすぎないし、この調査の方法に

についても検討すべき問題はかなり残されている様に思われる。ここで使用した偏倚係数による方法も暫定的なものであり、「行動」のペアリングについても更に工夫することが必要であるが、全て今後の課題とせざるを得ない。

〔註〕

- 1) 井関利明「消費行動」福武直監修／富永健一編『社会学講座 8 経済社会学』東京大学出版会, 1978年, 45頁～71頁。
- 2) 井関利明, 前掲論文, 46頁。
- 3) 井関利明, 前掲論文, 63頁。
- 4) ただし、ここでの情報行動の捉え方は、中野の「情報行動」の概念ほど広くはない。中野収『現代人の情報行動』日本放送出版協会, 1980年, 216頁参照。

5) 浜岡政好「生活構造と生活圏」 仏教大学社会学研究所編『社会学研究所紀要』仏教大学社会学研究所, 1980年, 67頁～68頁参照。

6) 表中, *印を付したカテゴリーは、集計時のカテゴリーを幾つか合成したものである。

7) この種の生活情報の詳細な検討については、例えば、松原治郎「地域社会の変容とコミュニケーション」内川芳美他編『講座現代の社会とコミュニケーション 5 情報と社会』東京大学出版会, 1977年, 110頁～117頁などを参照のこと。

8) 筆者は、西陣地域内でこの設問と類似した調査を行なっている。西陣織工業組合編『西陣地域における映像情報システムの実用化に係る情報の基礎調査研究』西陣織工業組合, 1981年, 21頁～22頁, 58頁～62頁を参照のこと。 (荒木 功)